

AGRONOMSKI GLASNIK 4-5/2014.
ISSN 0002-1954

*Izvorni znanstveni članak
Original scientific paper*

MEDIJI KAO SREDSTVO INFORMIRANJA POLJOPRIVREDNIKA

MEDIA AS A TOOL OF FARMERS INFORMING¹

Magdalena Zrakić, L. Hadelan, Nikolina Korlat

SAŽETAK

Cilj rada je deskriptivno vrednovati elektronske i tiskane medije kao i druge izvore koje poljoprivrednici koriste za potrebe poslovnog informiranja. Za potrebe rada korištena je metoda anketnog ispitivanja. Anketirana su 63 nositelja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava iz različitih dijelova Hrvatske, a rezultati su obrađeni u SPSS programu za statističku obradu. Istraživanje je pokazalo da je Internet najčešće korišteno sredstvo informiranja poljoprivrednika. Veliki proizvođači češće koriste informacije specijaliziranih društava i udruga. Mediji se značajno koriste za potrebe informiranja poljoprivrednika iako se percipirana kvaliteta informacija razlikuje među ispitanicima. Najbolje ocijenjena emisija u kategoriji elektronskih medija s obzirom na kriterije vjerodostojnosti, razumljivosti i primjenjivosti informacija je emisija specijaliziranog sadržaja na nacionalnoj televiziji (Plodovi zemlje). U kategoriji tiskanih medija, ispitanici su najkvalitetnijim medijskim izvorom ocijenili Gospodarski list.

Ključne riječi: Informiranje, anketa, mediji, poljoprivredna gospodarstva.

ABSTRACT

The aim of this paper is to descriptively evaluate the electronic and printed media as well as other sources that farmers use for information. For the purpose of the work the survey method was used. Respondents were 63 holders of family farms from different parts of Croatia and the results were processed in SPSS for statistical analysis. Research has shown that online sources (Internet) are most commonly used sources of farmers information. Large producers mostly use information from specialized societies and associations. The media

¹ Ovaj rad je nastao na temelju diplomskog rada autorice Nikoline Korlat „Mediji kao sredstvo informiranja poljoprivrednika“, mentor doc. dr. sc. Lari Hadelan, obranjen na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu 26. studenog 2013. godine.

sources are significantly used although the perceived quality of their information varies among the respondents. Highly rated show in electronic media according to credibility, readability and relevance of information is a specialized show on public television (Plodovi zemlje). In the category of printed media, respondents highly rated Gospodarski list.

Keywords: information, questionnaire, media, farms

UVOD

Poljoprivreda je jedna od primarnih ljudskih djelatnosti i važan segment razvoja ruralnog prostora. Da bi se iskoristili proizvodni potencijali unutar djelatnosti poljoprivrede važno je da poljoprivredni proizvođači posjeduju informacije za donošenje dobrih poslovnih odluka koje mogu pridonijeti kvalitetnom upravljanju poljoprivrednim gospodarstvom. Svrha informacije je pružiti određena saznanja, ali i potporu u procesu donošenja odluka (Lamza-Maronić, 2000). Jedan od kanala brzog protoka informacija do poljoprivrednika su mediji².

Prednost tzv. masovnih medija je mogućnost brzog prijenosa informacija do velikog broja ljudi. Kanali kao što su televizija i radio korisni su u informiranju ljudi o novim idejama ili praksama i izvještavanju. Količina specijaliziranih informacija koje se mogu odaslati putem masovnih medija je ograničena, ali i takve mogu poslužiti u vrlo važnoj i vrijednoj funkciji – poticanju inovativnosti poljoprivrednika (Muhammad i sur., 2006). U radu se daje pregled medija koje hrvatski poljoprivrednici koriste za informiranje, definiraju se kriteriji njihovog vrednovanja te se vrednuju prema subjektivnim procjenama poljoprivrednika. Cilj rada je deskriptivno vrednovati elektronske i tiskane medije kao i druge izvore koje poljoprivrednici koriste za potrebe informiranja. Vrednovanje je izvršeno s obzirom na tri kriterija - vjerodostojnost informacija uz stručnost priloga i novinara, razumljivost priloga i primjenjivost informacija u poslovanju poljoprivrednika. Osim elektronskih medija, u radu su navedeni i vrednovani i drugi izvori poslovnih informacija.

² Prema Zakonu o medijima (NN 59/04), mediji su: novine i drugi tisak, radijski i televizijski programi, programi novinskih agencija, elektroničke publikacije, teletekst i ostali oblici dnevnog ili periodičnog objavljivanja urednički oblikovanih programskih sadržaja prijenosom zapisa, glasa, zvuka ili slike. Osnova podjela medija je na elektronske i tiskane. Elektronski su televizija i radio, dok su tiskani novine i časopisi (Narodne novine, 59/04, 84/11 i 81/13).

METODE

Za prikupljanje podataka korišteno je anketno istraživanje. Anketirana su 63 nositelja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG) iz deset hrvatskih županija i Grada Zagreba. Komunikacija s ispitanicima provedena je na tri načina - osobno intervjuiranje (*face to face*), slanje upitnika poštom, te anketa primjenom elektronske pošte³.

Anketa se sastojala od 15 pitanja (8 pitanja zatvorenog i 7 otvorenog tipa). U sedam pitanja odgovori ispitanika o ocjeni pojedinog izvora informacija i učestalosti korištenja u poslovanju prikazani su pomoću skale od 1 do 5. Prvi dio upitnika odnosio se na pitanja o izvorima poslovnih informacija, medijima koje koriste za potrebe informiranja i poslovnog odlučivanja, internetskim izvorima, televizijskim i radio emisijama, specijaliziranim časopisima, dnevnim novinama.

Izvore informacija ispitanici su ocijenili prema tri kriterija kojima je subjektivno procijenjena kvaliteta informacija koje nude: vjerodostojnost informacija, stručnost priloga i novinara, razumljivost informacija, primjenjivost informacija u vlastitom poslovanju. Drugi dio upitnika sadržavao je pitanja koja se odnose na socio-demografska obilježja ispitanika, osnovnu poljoprivrednu djelatnost, površinu zemljišta koju koriste, te veličinu gospodarstva⁴ (korišteno poljoprivredno zemljište).

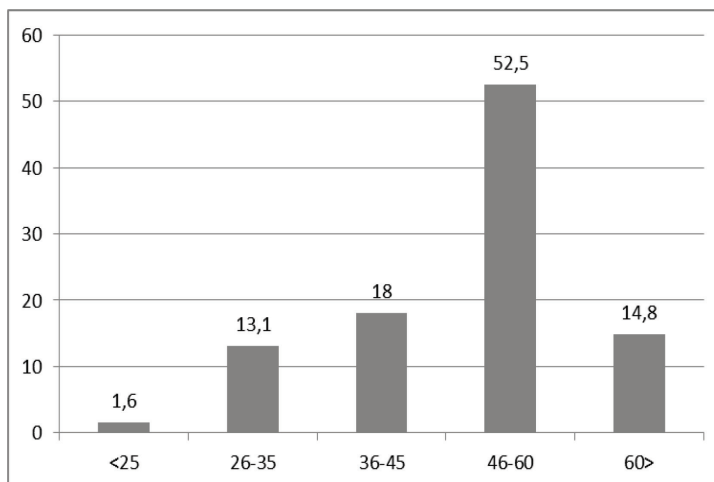
REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Opis uzorka

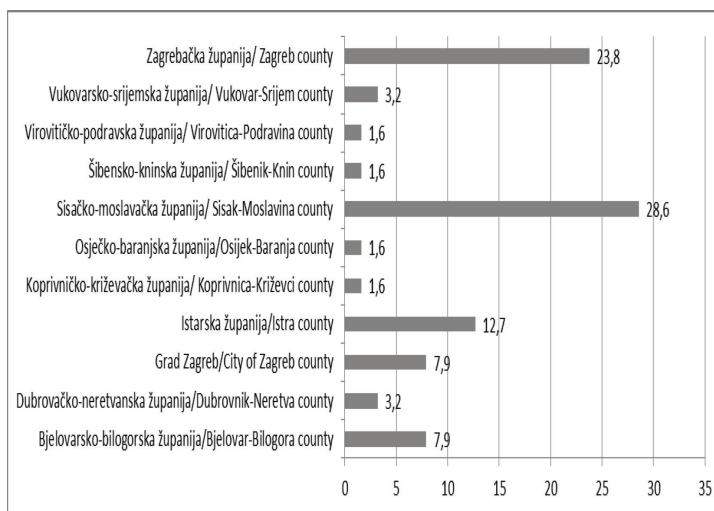
U istraživanju je sudjelovalo ukupno 63 ispitanika. U značajno su većem postotku zastupljeni muškarci (72,9%) kao nositelji poljoprivrednih gospodarstava. Oko trećine ispitanika, njih 32,7%, pripadaju dobnoj skupini do 45 godine. Više od polovice ispitanika starije je od 45 i mlađe od 60 godina. Ispitanika starijih od 60 godina je 14,8%.

³ E-mail anketiranje je najbrži način prikupljanja podataka zbog čega prevladava u ovom istraživanju. Ujedno je i jedan od najnepouzdanijih izvora podataka zbog nedostatka neposredne komunikacije s ispitanikom.

⁴ Na temelju subjektivne procjene veličine proizvodnje, ispitanici su svoje gospodarstvo svrstali u kategorije mali, srednji ili veliki proizvođači.



Slika 1: Dob ispitanika/ Figure 1: Respondents age Izvor: Vlastito istraživanje, Anketa „Mediji kao sredstvo informiranja poljoprivrednika“/ Source: Own research, Questionnaire „Media as a tool for farmers informing“



Slika 2: Struktura ispitanika (%)/ Figure 2: The respondents structure(%) Izvor: Vlastito istraživanje, Anketa „Mediji kao sredstvo informiranja poljoprivrednika“/ Source: Own research, Questionnaire „Media as a tool for farmers informing“

Najviše je ispitanika s područja Sisačko-moslavačke, Zagrebačke, Istarske i Bjelovarsko-bilogorske županije te područja Grada Zagreba.

S obzirom na vrstu poljoprivredne proizvodnje, najviše ispitanika pripada skupini „ostale poljoprivredne djelatnosti“. U toj skupini najviše je članova udruge pčelara Grada Zagreba i Zagrebačke županije. Na drugom mjestu po zastupljenosti u uzorku su poljoprivrednici koji se bave stočarstvom, a zatim voćarstvom i mješovitom proizvodnjom. Najveći dio ispitanika (17,3%) za svoju poljoprivrednu proizvodnju koristi 5 hektara. Gospodarstva s najvećim površinama su u županijama istočnog dijela Hrvatske. Samo 4% poljoprivrednih gospodarstava ima posjed zemljišta veći od 20 ha.

Prema obujmu proizvodnje 68,4% ispitanika prema vlastitoj procjeni svrstalo se u male, 28,1% u srednje te 3,5% u velike proizvođače.

U 2010. godini u Hrvatskoj je bilo 2.676 časopisa i 267 novina (DZS, 2011)⁵. Kriterij popisa tiskovina promijenio se u odnosu na 2009. što je uzrokovalo smanjenje broja tiskovina.

U 2013. godini aktivne su bile 142 radiopostaje, što je za četiri manje nego u 2012. Četiri radiopostaje pokrivala su programom cijelu državu. Ostale radiopostaje bile su regionalne ili lokalne. Prema statusu televizija u 2013. godini, jedna je javna televizija, a 25 je komercijalnih televizija (DZS, 2014). Od 26 televizija, pet ih pokriva područje države, 15 je regionalnih televizija i 6 lokalnih. Ukupno gledano, prema sadržaju svih televizija, najviše programa odnosi se na emisije informativno-dokumentarnog sadržaja. Na platformi navedenih medija, postoje elektronski i tiskani mediji specijalizirani za teme iz poljoprivrede.

S ciljem utvrđivanja u kojoj mjeri se poljoprivreda i srodne teme pojavljuju u najvažnijim dnevnim tiskovinama u Hrvatskoj praćeni su tematski članci u razdoblju od 04.06.2013. do 25.06.2013.⁶ Istraživanje je provedeno na šest dnevnih tiskovina: Večernji list, Jutarnji list, 24 sata, Glas Slavonije, Novi list i Slobodna Dalmacija⁷. Najviše članaka s navedenom tematikom objavljeno je u

⁵ Većina časopisa i novina izdana je na hrvatskom jeziku (2.639 naslova ili 89,7%). Također, u 2010. izdano je 7.348 naslova knjiga i brošura. Najviše izdanih knjiga i brošura pripada skupini UDK "Jezici. Književnost" (26,5%), skupini "Društvene znanosti" (20,4%) te skupini "Primijenjene znanosti. Medicina. Tehnologija" (10,1%). Podskupina UDK Poljoprivredne i srodne znanosti i tehnike unutar skupine "Primijenjene znanosti. Medicina. Tehnologija" (745 naslova) obuhvaća 83 naslova.

⁶ Razdoblje je proizvoljni izbor studentice.

⁷ Izabrane zbog velike nakladne aktivnosti i prisutnosti na tržištu čime obuhvaćaju veliki dio pučanstva /čitatelja.

Glasu Slavonije (39 članaka), što je i očekivano s obzirom na koncentraciju poljoprivredne proizvodnje u tom dijelu Hrvatske. Ponajmanje su te teme zastupljene u Slobodnoj Dalmaciji.

Tablica 1: Pojavljivanje poljoprivrednih tema u nekim dnevnim tiskovinama

Table 1: The frequency of agricultural topics in daily newspapers

Datum <i>Date</i>	Večernji list	Jutarnji list	24 sata	Glas Slavonije	Novi list	Slobodna Dalmacija
25.06.2013.	3	0	2	dvobroj <i>double issue</i> 8	2	2
26.05.2013.	4	6	2		2	1
27.05.2013.	1	1	0	4	1	1
28.05.2013.	1	1	1	5	0	0
29.05.2013.	0	2	0	6	1	1
30.05.2013.	5	2	8	0	3	0
31.05.2013.	1	3	0	8	1	4
01.06.2013.	3	0	0	dvobroj <i>double issue</i> 4	1	0
02.06.2013.	3	3	0		1	1
03.06.2013.	2	1	1	1	1	1
04.06.2013.	3	0	2	3	1	0
UKUPNO	26	19	16	39	14	11

Izvor: Vlastito istraživanje/*Source: Authors research*

Ispitanici su učestalost korištenja pojedinih izvora informacija ocijenili ocjenama na skali od 1 do 5 (1="ne koristim"....5= "koristim vrlo često"). Najviše korišteni izvor je Internet sa srednjom ocjenom 4,0, a najmanje su korištene informacije Savjetodavne službe kao izvor (2,7). Mediji (TV, radio, novine/časopisi) su često korišten izvor (3,9) zbog svoje dostupnosti.

Odgovor na pitanje o učestalosti korištenja križan je s obilježjem ispitanika s obzirom na veličinu poljoprivrednih gospodarstava. Veliki proizvođači u većoj mjeri koriste informacije specijaliziranih društava i udruga. Razlika u odgovorima nije statistički značajna ($p>0,05$).

Tablica 2: Korištenje izvora informacija prema percipiranoj veličini gospodarstva

Table 2: Use of information sources according to the size of the farm

Izvori informiranja <i>Information sources</i>	Proizvođači (prosječna ocjena) <i>Farmers (average grade)</i>		
	Mali <i>Small</i>	Srednji <i>Medium</i>	Veliki <i>Large</i>
Mediji (TV, radio, novine)/ <i>Media (tv, radio, newspapers)</i>	3,9	4,1	4,0
Savjetodavna služba/ <i>Extension Service</i>	2,9	2,5	2,0
Internet/ <i>Internet</i>	4,1	3,8	2,5
Specijalizirana društva i udruge (društvo vinara, društvo pčelara, društvo maslinara i sl.)/ <i>Specialized societies and associations (winemakers association, beekeeper society, olive growers society ect.)</i>	3,0	2,2	5,0
Poznanstva (rodbina, prijatelji, susjedi,...)/ <i>Acquaintances (relatives, friends, neighbors...)</i>	3,2	2,6	4,0

Izvor: isti kao za Sliku 1./ *Source: Same as for Figure 1.*

Prema prosječnim ocjenama, mediji su kod svih proizvođača zastupljeni u jednakoj mjeri. Razlog tomu je njihova svakodnevna prisutnost⁸ i dostupnost. Savjetodavna služba je izvor informacija koji poljoprivrednici koriste kod nekih specifičnih problema ili potreba i najčešće se informacija dobiva u obliku savjeta i/ili preporuke savjetodavca koji izlazi na teren ili je s njim potrebno ostvariti osobni kontakt odlaskom u instituciju. Internet kao izvor ocijenjen je vrlo visokom prosječnom ocjenom kod malih proizvođača. Mali proizvođači su najčešće hobisti ili proizvode za vlastite potrebe (poljoprivreda nije primarni način zarade) pa se pretpostavlja da utrošak vremena koji nije konkretiziran u proizvodnji troše i na pretraživanje Interneta. Kod velikih proizvođača s intenzivnom proizvodnjom, resurs vremena je znatno drugačije raspodijeljen. Stoga, veliki proizvođači u većoj mjeri koriste informacije specijaliziranih

⁸ Danas gotovo svako domaćinstvo ima TV-prijamnik i digitalni signal, a velik je i postotak onih koji imaju računalo i pristup Internetu.

društava i one koje dobiju putem poznanstava (proizvodno specijalizirani savjeti). Put do tih informacija je znatno brži i kraći negoli tzv. pretraživanje Interneta.

Poljoprivrednici su ocijenili kvalitetu izvora informacija u anketi s obzirom na tri kriterija – vjerodostojnost informacija, stručnost priloga i novinara, razumljivost i primjenjivost informacija u poslovanju. Savjetodavna služba najbolje je ocijenjen izvor informacija (nadalje u tekstu SS) s obzirom na vjerodostojnost i stručnost informacija (4,0), dok su mediji s obzirom na isti kriterij najlošije ocijenjeni (3,0). Vjerodostojnost u komunikaciji veoma je značajan element poslovne (i svake druge) politike i pridonosi uspješnosti, a mnoga istraživanja su pokazala da ljudi sve manje vjeruju medijima (Gavranović, 2009). SS je ocijenjena i najvišom ocjenom s obzirom na razumljivost informacija, u pogledu čega su mediji najslabije ocijenjeni. U SS pružatelji informacija su specijalizirani stručnjaci u svakoj grani poljoprivredne proizvodnje s obvezom redovitog usavršavanja. Informacije koje se plasiraju kroz medije moraju biti razumljive širokoj populaciji, što uključuje kratkoću i relativiziranje problema. S obzirom na kriterij primjenjivosti informacija na vlastitom poslovanju najbolje je ocijenjen Internet gdje se na jednostavan način opisuje primjena nekog savjeta ili preporuke. Informacije na Internetu često su popraćene komentarima i praktičnim savjetima drugih korisnika.

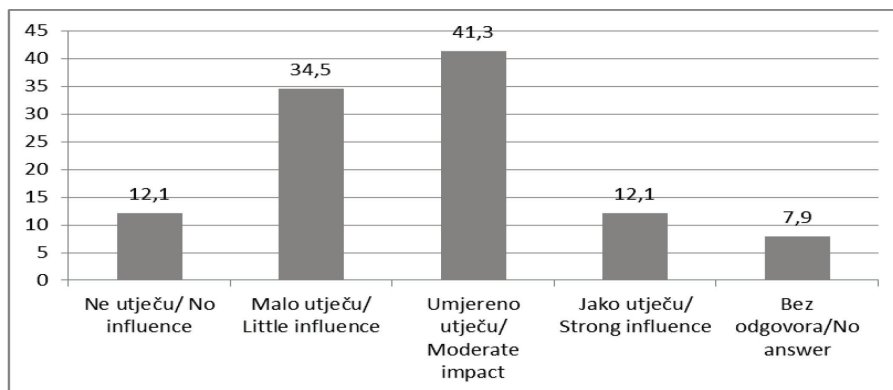
Ocjene medija s obzirom na tri kriterija od strane ispitanika križane su s varijablom percipirane veličine poljoprivrednog gospodarstva. Rezultat je pokazao da veći proizvođači bolje ocjenjuju kvalitetu informacija koje dobivaju od SS, dok srednji proizvođači boljom ocjenom ocjenjuju Internet. Mali proizvođači višom ocjenom vrednuju izvore informacija koje im osiguravaju osobna poznanstva nego ostali proizvođači. Kada se odgovori ispitanika križaju s tipom poljoprivredne proizvodnje - informacije poljoprivrednih savjetnika najbolje su ocijenili stočarski proizvođači, dok su informacije koje osiguravaju specijalizirana društva i udruge najlošije ocijenili proizvođači u ratarstvu. Ispitanici su, nadalje, odredili utjecaj informacija iz medija na njihovo poslovanje i poslovne odluke koje donose. Najveći broj ispitanika (41,3%) tvrdi da informacije iz medija umjereno utječu na njihovu djelatnost i poslovne odluke. Nadalje, 34,5% ispitanika ističe da takve informacije malo utječu na njihovu djelatnost. Na poslovanje 12,1% poljoprivrednika informacije iz medija imaju jak utjecaj, a podjednaki postotak njih izjavio je da medijske informacije uopće ne utječu na njihovo poslovno odlučivanje.

Tablica 3: Procjena kvalitete pojedinih izvora informacija

Table 3: Quality assessment of certain information sources

Izvor <i>Source</i>	Vjerodostojnost informacija i stručnost novinara/ <i>The credibility of information and expertise of journalists</i>	Razumljivost informacija/ <i>Information understanda- bility</i>	Primjenjivost informacija u vlastitom poslovanju/ <i>Applicability of the information in own business</i>	Prosječna vrijednost/ <i>The average value</i>
Mediji (TV, radio, novine)/ <i>Media (tv, radio, newspapers)</i>	3,0	3,2	2,8	3,0
Savjetodavna služba/ <i>Extension Service</i>	4,0	4,0	3,5	3,8
Internet/ <i>Internet</i>	3,6	3,7	3,9	3,7
Specijalizirana društva i udruge (društvo vinara, društvo pčelara, društvo maslinara i sl.)/ <i>Specialized societies and associations (winemakers association, beekeeper society, olive growers society ect.)</i>	3,3	3,2	3,3	3,3
Poznanstva (rodbina, prijatelji,susjedi,...)/ <i>Acq uaintances (relatives, friends, neighbors...)</i>	3,4	3,7	3,8	3,6

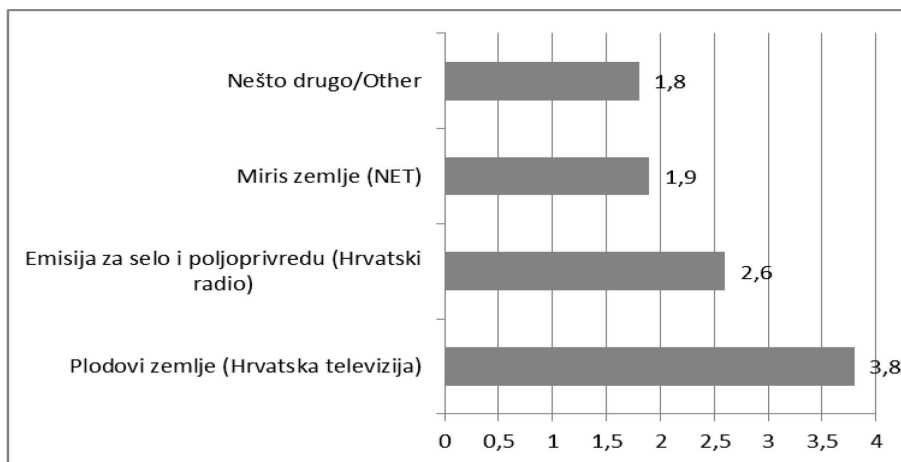
Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1.



*Slika 3: Utjecaj informacija iz medija na poslovne odluke (%) /
Figure 3: Impact of media information on business decisions (%)*

Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1.

Na pitanje o učestalosti korištenja pojedine vrste medija (elektronskih ili tiskanih) izjasnilo se 59 ispitanika. Elektronske medije kao izvore poslovnih informacija češće koristi 53 ispitanika (89,8%), dok su tiskani češći odabir kod samo 6 ispitanika odnosno 10,2%. Elektronski mediji učestaliji su izvor informiranja za mlađe dobne skupine poljoprivrednika (do 45 godina), dok u populaciji poljoprivrednika iznad 45 godina njih 10% više koristi tiskane medije u odnosu na elektronske medijske izvore. S obzirom na tip poljoprivredne proizvodnje, tiskane medije u većoj mjeri koriste proizvođači u voćarstvu, pčelarstvu i mješovitoj proizvodnji. Ispitanici su skalom od 1 do 5 ukazali na učestalost praćenja i korištenja informacija iz pojedinih elektronskih medija i programa (specijaliziranih televizijskih i radijskih emisija) posvećenih poljoprivrednim temama (1 – ne koristim, 2 – rijetko, 3 – povremeno, 4 – često, 5 – koristim vrlo često). Najgledanija emisija je poljoprivredna emisija javne televizije „Plodovi zemlje“ s prosječnom ocjenom (3,75). U manjoj mjeri poljoprivrednici prate emisiju „Miris zemlje“ na lokalnoj televiziji, što je i očekivano s obzirom na lokalni karakter televizijske postaje na kojoj se prikazuje.



*Slika 4: Učestalosti praćenja televizijskih i radio emisija/
Figure 4. Monitoring frequency of TV and radio programs
Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1*

Ispitanici su skalom od 1 do 5 ocijenili koliko prate i koriste specijalizirane časopise u poslovanju. U najvećoj mjeri anketirani poljoprivrednici koriste informacije iz Gospodarskog lista (2,74), Mljekarskog lista i časopisa Maslinar.

Tablica 4: Korištenje specijaliziranih časopisa s temama iz agrobiznisa

Table 4: Use of specialized journals with agribusiness themes

Specijalizirani časopis/ <i>Specialized journals</i>	Prosječna ocjena/ <i>Average grade</i>	Standardna devijacija/ <i>Standard deviation</i>
Gospodarski list	2,7	1,8
Mljekarski list	1,9	1,5
Svijet u čaši	1,2	0,6
Agroglas	1,5	1,0
Moja zemlja	1,6	1,0
Maslinar	1,8	1,4
Nešto drugo	2,4	1,8

Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1

Poljoprivrednici dio informacija potrebnih za poslovanje dobivaju iz dnevnih novina i prostora kojeg one posvećuju poljoprivrednoj problematici te širim temama koje utječu na poljoprivrednu proizvodnju, pravne okvire i propise, te plasman proizvoda na tržište.

U anketi su poljoprivrednici ocjenjivali šest istaknutijih dnevnih tiskovina prema korištenju za potrebe poslovanja uz ocjene učestalosti od 1 do 5. Najvišu prosječnu ocjenu 2,76 ispitanici su dodijelili Večernjem listu. Nešto nižu ocjenu dobili su Jutarnji (2,74) i 24 sata (2,51). Ostali dnevnik lokalnog su karaktera zbog čega je učestalost njihovog praćenja na državnoj razini nešto niža.

U konačnici, elektronski mediji i njihove specijalizirane emisije, časopisi i dnevne novine vrednovani su s obzirom u kojoj mjeri zadovoljavaju kriterije kvalitete – vjerodostojnost informacija, razumljivost priloga i primjenjivost informacija. Ocjene se kreću u rasponu od 1 do 5.

Ocjena 1 označava da izvor informacija ne zadovoljava neki od korištenih kriterija dok ocjena 5 ukazuje na izvrsno ispunjavanje tog kriterija. Iz sljedeće tablice vidljivo je da najviša prosječna ocjena televizijske i radio emisije pripada Plodovima zemlje (4,0) dok je najbolje ocijenjena tiskovina Gospodarski list (4,1). Uspoređujući ocjene elektronskih i tiskanih medija razvidno je da su poljoprivrednici višim ocjenama ocijenili emisije elektronskih medija dok su ocjene dodijeljene tiskovinama nešto niže. Osim Gospodarskog lista, druge ocjenjivane tiskovine nemaju prosječnu ocjenu višu od 3.

Ocjene kvalitete pojedinog medija kroz odgovore ispitanika segmentirane su prema veličini gospodarstva. Veliki i srednji proizvođači najvišu su prosječnu ocjenu dodijelili specijaliziranom časopisu Gospodarski list (3,7 i 4,5), dok su mali proizvođači ipak kvalitetnijim izvorom ocijenili televizijsku emisiju Plodovi zemlje (4,2). Dnevne tiskovine ostvaruju više ocjene kod velikih i srednjih proizvođača nego u malih.

Tablica 5: Procjena kvalitete pojedinih specijaliziranih emisija i časopisa

Table 5: Quality assessment of some specialized shows and journals

Izvor Source	Vjerodostojnost informacija i stručnost novinara/ <i>The credibility of information and expertise of journalists</i>	Razumljivost informacija/ <i>Information understandability</i>	Primjenjivost informacija u vlastitom poslovanju/ <i>Applicability of the information in own business</i>	Prosječna vrijednost/ <i>The average value</i>
Emisije/Shows				
<i>Plodovi zemlje (HRT)</i>	4,2	4,3	3,6	4,0
<i>Emisija za selo i poljoprivredu (HR)</i>	3,9	4,1	3,6	3,9
<i>Miris zemlje (NET)</i>	3,5	3,4	3,4	3,5
Časopisi/Journals				
<i>Agroglas</i>	2,4	2,4	2,5	2,4
<i>Gospodarski list</i>	4,0	4,1	4,0	4,1
<i>Mljekarski list</i>	3,0	3,1	2,6	2,9
<i>Svijet u čaši</i>	2,0	2,0	1,9	2,0
<i>Moja zemlja</i>	2,7	2,7	2,3	2,6
<i>Maslinar</i>	2,2	2,3	2,2	2,3
<i>Jutarnji list</i>	3,0	3,2	2,6	2,9
<i>Večernji list</i>	3,0	3,2	2,6	2,9
<i>24h</i>	2,6	3,0	2,6	2,7
<i>Novi list</i>	2,2	2,2	1,8	2,1
<i>Glas Slavonije</i>	2,0	2,1	1,9	2,0
<i>Slobodna Dalmacija</i>	1,7	1,6	1,6	1,6

Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1

Tablica 6: Procjena kvalitete medijskog izvora prema veličini gospodarstva

Table 6: Quality assessment of media sources according to the size of the farm

Izvor/ Source	Veličina gospodarstva/ Farm size	Vjerodostojnost informacija i stručnost novinara/ The credibility of information and expertise of journalists	Razumljivost informacija/ Information understandability	Primjenjivost informacija u vlastitom poslovanju/ Applicability of the information in own business	Prosječna vrijednost/ The average value
Plodovi zemlje (HRT)	Mali/Small	4,4	4,5	3,82	4,2
	Srednji/Medium	3,8	4,2	3,3	3,8
	Veliki/Large	4,0	4,0	2,0	3,3
Emisija za selo i poljoprivredu (HR)	Mali/Small	4,1	3,8	3,8	3,9
	Srednji/Medium	4,0	4,8	3,8	4,2
	Veliki/Large	3,0	3,0	2,0	2,7
Gospodarski list	Mali/Small	3,9	3,9	3,9	3,9
	Srednji/Medium	4,4	4,6	4,4	4,5
	Veliki/Large	4,0	4,0	3,0	3,7
Mljekarski list	Mali/Small	2,8	2,7	2,4	2,6
	Srednji/Medium	3,2	3,4	2,6	3,1
	Veliki/Large				
Jutarnji list	Mali/Small	2,9	3,0	2,6	2,8
	Srednji/Medium	3,3	3,6	2,6	3,2
	Veliki/Large	2,0	4,0	3,0	3,0
Večernji list	Mali/Small	2,8	2,9	2,6	2,8
	Srednji/Medium	3,2	3,5	2,5	3,1
	Veliki/Large	3,0	4,0	3,0	3,3

Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1

Tablica 7: Procjena kvalitete medijskog izvora prema tipu proizvodnje

Table 7: Quality assessment of media sources by production type

Vrsta medija/ <i>Media type</i>	Djelatost/ <i>Activity</i>	Vjerodostojnost informacija i stručnost novinara/ <i>The credibility of information and expertise of journalists</i>	Razumljivost informacija/ <i>Information understandability</i>	Primjenjivost informacija u vlastitom poslovanju/ <i>Applicability of the information in own business</i>	Prosječna vrijednost/ <i>The average value</i>
<i>Plodovi zemlje (HRT)</i>	Ratari/Crop producers	4,3	4,0	3,5	3,9
	Stočari/Livestock producers	4,0	4,0	3,0	3,7
	Voćari/Fruit producers	4,5	4,6	3,4	4,2
<i>Emisija za selo i poljoprivredu (HR)</i>	Ratari/Crop producers	3,5	4,0	3,5	3,7
	Stočari/Livestock producers	3,8	4,3	3,0	3,7
	Voćari/Fruit producers	3,7	3,5	3,5	3,6
<i>Gospodarski list</i>	Ratari/Crop producers	3,0	3,5	3,0	3,2
	Stočari/Livestock producers	4,0	3,7	3,7	3,8
	Voćari/Fruit producers	4,5	5,0	4,0	4,5
<i>Mljekarski list</i>	Ratari/Crop producers	2,5	2,5	2,0	2,3
	Stočari/Livestock producers	4,0	4,0	3,0	3,7
	Voćari/Fruit producers	1,0	1,0	1,0	1,0
<i>Jutarnji list</i>	Ratari/Crop producers	3,0	2,5	2,0	2,5
	Stočari/Livestock producers	2,5	3,0	3,0	2,8
	Voćari/Fruit producers	2,3	3,0	2,0	2,4
<i>Večernji list</i>	Ratari/Crop producers	2,5	2,0	2,0	2,2
	Stočari/Livestock producers	2,5	3,0	3,0	2,8
	Voćari/Fruit producers	2,7	3,5	2,0	2,7

Izvor: isti kao za Sliku 1./Source: Same as for Figure 1

Ocjene kvalitete medija raščlanjene su i s obzirom na tip poljoprivredne proizvodnje. Ratari su najvišu prosječnu ocjenu dodijelili televizijskoj emisiji Plodovi zemlje (3,9), stočari su podjednako ocijenili Plodove zemlje i specijalizirani časopis Mljekarski list (3,7), a voćari najkvalitetnijim medijem za njihove potrebe smatraju specijalizirani časopis Gospodarski list (4,5).

ZAKLJUČAK

Posjedovanje kvalitetnih poslovnih informacija nužan je preduvjet svakog poduzetničkog pothvata pa tako i onog u poljoprivredi. U svakodnevnom poslovanju poljoprivrednici trebaju informacije (vremenska prognoza, cijene inputa i outputa, agrotehnološki savjeti i sl.). Informacije poljoprivrednici dobivaju iz različitih izvora koji uključuju elektronske i tiskane medije, savjetodavnu službu, internetske izvore, specijalizirana društva i udruge, poznanstva. Najčešće korišteni izvor informacija je Internet, zahvaljujući praktičnosti, dostupnosti i brojnosti podataka za različite potrebe. Na drugom mjestu su elektronski i tiskani mediji. Najviše informacija poljoprivrednicima osigurava specijalizirana televizijska emisija „Plodovi zemlje“ koja predstavlja najčešće korišteni televizijski medijski izvor informacija. Osim sadržajno, poljoprivrednici su navedenu emisiju ocijenili najvišom ocjenom po kvaliteti i primjenjivosti informacija. Najbolje ocijenjena tiskovina je specijalizirani časopis Gospodarski list, koji ima široku publiku iako se može kupiti isključivo pretplatom. Obzirom na prosjek ocjena triju kriterija ocjenjivanja - vjerodostojnost informacija uz stručnost priloga i novinara, razumljivost priloga i primjenjivost informacija, tiskani časopis Gospodarski list je ocijenjen neznajčajno višom ocjenom (4,1), nego li Plodovi zemlje (4,0).

Postoje i drugi časopisi specijalizirani za pojedine poljoprivredne grane koji uvelike pomažu poljoprivrednicima u informiranju u vezi djelatnosti kojom se bave. Iako ih često koriste, većina poljoprivrednika je odgovorila da mediji umjereno utječu na njihovo poslovanje i poslovne odluke, a slabije u odnosu na druge izvore su ih ocijenili i u pogledu kvalitete informacija koje im pružaju. Smatraju da im kvalitetnije informacije osiguravaju Savjetodavna služba, specijalizirane udruge i osobna poznanstva.

Istraživanje je pratilo i učestalost tema iz agrobiznisa u najtiražnijim dnevnim tiskovinama u Hrvatskoj. Tijekom jedanaest analiziranih dana najviše članaka iz ovog područja objavljeno je u Glasu Slavonije. Rezultati rada su pokazali da poljoprivrednici koriste informacije iz medija u svom poslovanju te

bi mediji trebali posvetiti više prostora poljoprivrednim temama uz povećanje kvalitete informacija koje nude poljoprivrednicima.

LITERATURA

1. Čekić, Š (1999): Osnovi metodologije i tehnologije izrade znanstvenog i stručnog djela, FSK, Sarajevo, 1999. god., str. 73
2. Državni zavod za statistiku (2014): Priopćenje 8.3.3. Radio i televizija u 2013., 2. lipnja 2014. dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2014/08-03-03_01_2014.htm (4.11.2014.)
3. Državni zavod za statistiku (2011): Priopćenje 8.3.1. Izdane knjige i brošure, novine i časopisi u 2010., 25. listopada 2011. dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/08-03-01_01_2011.htm (4.11.2014.)
4. Gavranović, A. (2009): Vjerodostojnost – temelj medijskog djelovanja, MEDIANALI - znanstveni časopis za medije, novinarstvo, masovno komuniciranje, odnose s javnostima i kulturu društva, 3(6): 121-132.
5. Lamza – Maronić, Maja (2000): Znanstvene informacije, u knjizi: Baban, Lj. i dr.: Primjena metodologije stručnog i znanstvenog istraživanja. Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek 2000., str. 201 – 226.
6. Muhammad, I., S. Muhammad, Ghazanfar A. K., Muhammad, A. (2006): Role of Mass Media in the Dissemination of Agricultural Technologies Among Farmers, Interantional journal of agriculture & biology 8(3): 417-419
7. Upisnik Hrvatske gospodarske komore o izdavanju i distribuciji tiska (5.2.2008.) (www.hgk.hr/industrija/Javne_ovlasti_u_Sektoru_za_industriju_HGK - 2. točka)

Adrese autora – Authors' addresses:

Magdalena Zrakić. mag. ing. agr.
Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet,
Zavod za agrarnu ekonomiku i ruralni razvoj
Svetošimunska c 25, 10 000 Zagreb
mzrakic@agr.hr
Doc.dr.sc. Lari Hadelan
Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet
Zavod za agrarnu ekonomiku i ruralni razvoj
Svetošimunska c 25
10 000 Zagreb
lhadelan@agr.hr

Nikolina Korlat, dipl.ing.agr.
Ljerke Šram 20
10 000 Zagreb

Primljeno – Recieved

20.05.2014.